

## CINE Y TURISTAS EN LA ANDALUCÍA

### PREVIA AL “BOOM” DE MASAS:

**Así los veíamos, así nos veían**

**María del Carmen Puche Ruiz**

[mcarmenpucheruiz@gmail.com](mailto:mcarmenpucheruiz@gmail.com)  
[es.linkedin.com/in/mariadelcarmenpuche/](https://es.linkedin.com/in/mariadelcarmenpuche/)

#### RESUMEN

Durante los años cincuenta del siglo veinte, el mito romántico andaluz se trasladó a la pantalla, mostrando tímidamente la experiencia turística en España. Filmadas desde el punto de vista del autóctono y del forastero, estas producciones cinematográficas plasmaron la “diferencia” andaluza asimilada al conjunto español, a través de la interacción de los todavía escasos turistas con los habitantes de un país autárquico, subdesarrollado y lleno de estereotipos.

Se proyectaba así una Andalucía mágica e insustituible que exaltaba las virtudes patrias (“El duende de Jerez”, “Todo es posible en Granada”) frente a una Andalucía de farsa y opereta (“Noches andaluzas”, “La bella de Cádiz”, “Pan, amor y Andalucía”) en una España insólita, llena de arte e historia, recién descubierta por el público anglosajón y norteamericano y que a menudo se mimetizaba con la región (“Aventura para dos”, “Luna de miel”, “Perfume de misterio”).

El presente artículo pondrá de relieve los rasgos diferenciales propuestos por un incipiente cine turístico que exportaba la imagen más comercial de Andalucía, en un momento histórico en el que España se iba a convertir en el país de la eterna sonrisa turística (“Bienvenido Mister Marshall”, “Veraneo en España”).

**Palabras clave: cine, turismo, Andalucía, imaginarios turísticos**

#### ABSTRACT

During the 50's, the literary myth of romantic Andalusia was adapted into films, showing gradually the tourist experience in Spain. These films were shot from the point of view of local and international directors, according to the collective imaginary ascribed to foreigners, in order to capture the famous Andalusian and Spanish

“difference”. The tourists pictured in these films were still scarce and they would meet Spaniards at the very heart of an autarchic, underdeveloped and stereotyped country.

These films praised national attributes in a magical and unique Andalusia (“The goblin of Jerez”, “Everything is possible in Granada”), reproduced a comical, roistering and old-fashioned region (“Andalusian nights”, “The beautiful girl from Cadiz”, “Bread, Love and Andalusia”), through an unusual vision of Spain, full of artistic expressions, newly discovered by English and North American audiences (“Spanish Affair”, “Honeymoon”, “Scent of Mystery”).

The aim of this article is to highlight the characteristics promoted by this “cinema with tourists”, which exported the most commercial version of Andalusia, when Spain was going to become the country of the eternal smile of tourism (“Welcome Mr Marshall”, “Summer in Spain”).

**Key words: Cinema, Tourism, Andalusia, Tourist Imaginaries**

## **1. TURISTAS E IMÁGENES DE ANDALUCÍA EN LOS AÑOS CINCUENTA DEL SIGLO VEINTE: UN DESENCUENTRO CULTURAL**

El controvertido eslogan que aludía a la diferencia iconográfica y secular del país (“Spain is ‘different’”) nació a finales de los años ’20 de la mano del Patronato Nacional del Turismo; sin embargo, obtuvo su mayor popularidad durante las décadas de los ’50-’60, cuando fue rescatado como símbolo inmovilista de la nación, asumiendo la supuesta “diferencia” por las autoridades franquistas, que lo despojaron de sus comillas aclaratorias. Fue entonces cuando los turistas del bajo coste español empezaron a reclamar no solo unas bonitas y homogéneas playas, sino que este producto vulgarizado se apoyara también en el color local de sus habitantes, en ese “sol de Andalucía embotellado” y perpetuo bajo el que parecían disfrutar los españoles. Es por ello que la muestra de películas seleccionadas sitúa su cronología en ese “periodo que media entre los duros años autárquicos de la inmediata posguerra y aquellos otros más optimistas de la década de los sesenta y los inicios del desarrollismo” (DEL REY REGUILLO, 2011), esos años de transición hacia la práctica del turismo de masas en nuestro país. No en vano, el ministro Manuel Fraga pronto comenzaría a arengar a las masas, confesando que no había nada de malo, efectivamente, en ser diferente.

No se nos oculta que en la imagen turística de Andalucía, “a partir de los años ’40, el patrimonio histórico desaparece y el único protagonismo lo tienen los nativos, que aparecen bailando, montando a caballo, seduciendo con abanicos y vestidos con trajes

flamencos” (HERNÁNDEZ RAMÍREZ, 2008). Y es que, según este mismo autor, “existe una serie de elementos que desde hace siglos se han proyectado hacia el exterior como la imagen de Andalucía y que, además, se han instalado en el imaginario colectivo andaluz como marcadores interiorizados por la población”. El costumbrismo, demandado por los turistas y aceptado por los propios españoles, adquiere carta de naturaleza a partir de este periodo. Andalucía, en el siglo veinte, se convierte también en el epítome de lo español para los propios españoles, procediéndose a lo que López Ontiveros ha llamado la “andalucización” de España.

Las Rutas Nacionales dejan paso a la “Apología Turística de España”, en la que Calleja justifica esa “diferencia” española como consecuencia de su pasado árabe mitificado: “La nota oriental es una de las más peculiares de España, y de ella están empapados sus caracteres más típicos y personales. Una compenetración de siglos con los musulmanes dejó en la tierra y en el alma españolas huellas bien visibles, que bastarían a distinguir de los demás europeos a este país por esencia *diferente*” (1943). Sin embargo, las imágenes de esta Andalucía tradicional se circunscribían a las provincias turísticas consolidadas (Sevilla, Málaga, Granada, Córdoba), excluyendo representaciones de Almería, Huelva o Jaén, que se consideraban todavía “territorios periféricos” para el turismo.

España no apostó decididamente por éste hasta que se produjo lo que algunos autores denominan como “el gran salto” (PACK, 2009), entre 1957 y 1962, cuando tuvo lugar la decisiva bajada de los tipos de cambio que tanto favor hizo a la actividad turística. Los políticos encargados de la promoción del flamante Ministerio de Información y Turismo (1951) se avergonzaban en un primer momento de la coletilla que parecían haberle colgado a su labor propagandística. Y es que durante los años ’50 todavía se esperaba que los ingresos por turismo sustituyeran a los del esquivo “Plan Marshall” (que había ninguneado a España) y se invirtieran en la dinamización de la industria del país. Resulta curioso que, mientras que algunos viajeros afirmaban ya en pleno siglo veinte (1905) que la industrialización en España nunca se llevaría a cabo, el afán franquista por industrializar el país y tratar de equipararlo al resto de países europeos dejara a sus responsables en la ceguera más absoluta respecto a las transformaciones que estaban experimentando el territorio español y sus habitantes gracias al fenómeno turístico.

En este momento, “Franco se da cuenta que, a pesar del antiamericanismo existente en España, la única salida para el país es buscar alianzas con el gigante yanqui que le permitan poco a poco salir de la autarquía económica que ha sufrido el estado en la década de los cuarenta” (SOJO GIL, 2011). Siguiendo a este autor, se pueden englobar en cuatro las imágenes que poseían los españoles de los norteamericanos, según el mítico film de Berlanga “Bienvenido Mr. Marshall”: imperialistas, pueblo joven e inexperto, protestantes de vida moderna y disoluta, y promotores de la subvención (en una equivalencia a la figura de los Reyes Magos para un pueblo subdesarrollado como era España). El Pacto de Madrid fue firmado por EE.UU. y España el 26 de septiembre de 1953, incluyendo tres acuerdos básicos de defensa mutua, ayuda económica directa y construcción de tres bases militares en suelo español. Se comienza a promocionar una visión positiva del visitante americano, así como “la afirmación de la amistad hispano-estadounidense”, quedando el antiamericanismo “reducido a los grupos más extremistas de la sociedad” (FERNÁNDEZ DE MIGUEL, 2010).

Se extiende entonces la imagen mítica y reduccionista que aportara Irving en sus “Cuentos de la Alhambra” (la imagen de una nación que parece suspendida en el tiempo), a la vez que las comunicaciones entre ambos países se vuelven más fluidas, y el intercambio de estereotipos e identidades nacionales se hace moneda corriente de cambio. De este modo, el cine español refleja a sus turistas norteamericanos mostrando simpatía, pero también hondo recelo por su calidad de nuevos (y apabullantes) conquistadores del siglo veinte, plasmando la confrontación de naturalezas tan dispares y con sentidos tan opuestos de la libertad.

Por su parte, la imagen de España que poseían nuestros vecinos naturales (Francia e Italia) durante los años '50 se demuestra heredera del mito romántico andaluz popularizado por la literatura de viajes y, principalmente, por las obras de Chateaubriand, Hugo, Latour, Dumas, Gautier, Mérimée, Davillier/Doré... La “España experiencial” del siglo XIX en su reducción andaluza prometía “emociones fuertes”: ataques de bandoleros en encrucijadas, caminos polvorientos, fondas infectas, guitarras, castañuelas, gitanas y “escenas improvisadas” de cante y baile, amores secretos, misterios y romance. Es por ello que en estas coproducciones se ofrece la imagen exportada desde hace más de un siglo, retrato aparentemente sin fisuras de la idiosincrasia nacional. Sin embargo, “se intenta dar una pincelada bucólica de España, y por ende, de Andalucía, y lo que se consigue es claramente una imagen de país



subdesarrollado con detalles tan clarificantes como los niños pedigüños o la visión del gitano, sin ningún ánimo de crítica o de realismo social, sino a modo de pinceladas folklóricas sin ton ni son” (SOJO GIL, 2011).

Estos aspectos, por el contrario, pronto se demostrarían más seductores para el foráneo que para los propios españoles... cuya percepción de sí mismos continuaba evolucionando frente a la imagen detenida de “lo andaluz” que se ofrecía de ellos para el turismo. Impagable es, a este respecto, la propuesta de un funcionario de la Dirección General de Turismo en 1953, que defiende la promoción de la “diferencia” española en estos términos: “Es indudable que el viajero que viene a España busca lo pintoresco, algo que contraste con su vivir cotidiano. No son para el americano precisamente los rascacielos ni las calles tiradas a cordel (...) el turista busca comodidades y facilidad en sus viajes, confort en las instalaciones hoteleras, buenas comidas en el restaurante, mejor vino y *españoladas*: toros, baile, flamenco, cante, gitanos (...) Sevilla, Córdoba, Granada (...) Hemos de resignarnos turísticamente a ser un país de pandereta, puesto que el día que perdamos la pandereta habremos perdido al noventa por ciento de nuestros motivos de atracción turística”.

Es por esto que, incluso en las visiones más diversificadas y menos paradigmáticas del país, se tiende a mostrar la reducción andaluza de España para un visitante que, según la cinematografía turística, es capaz de disfrutar de manifestaciones flamencas tanto en Andalucía como en una venta cerca de Ávila (“Honeymoon”, Michael Powell, 1959), en un tablao en Madrid y una casa particular de Toledo (“Spanish Affair”, Don Siegel, 1957), o en cualquier rincón de la muy taurina ciudad de Barcelona (“Veraneo en España”, Miguel Iglesias, 1956). Y es que, mucho antes de que Tom Cruise conformara una “misión imposible” en Sevilla con las Fallas, la Feria y la Semana Santa, Denholm Elliot ya había recorrido unas calles de Málaga con esencia de cochinillo, entreviendo el acueducto romano de Segovia al fondo, en “Scent of mystery” (Jack Cardiff, 1960). En definitiva, toda una historia cinematográfica de desencuentros culturales.

## 2. TURISTAS PARÓDICOS EN UNA ANDALUCÍA MÁGICA



Fotografías 1, 2 y 3: Poster promocional de “El duende de Jerez” (1953) y poster y escena onírica de  
“Todo es posible en Granada” (1954)

### 2.1. *El duende de Jerez* (Daniel Mangrané, 1953)

*El duende de Jerez* se encuentra rodada en su totalidad en “Cinefotocolor”, un sistema de producción nacional que pronto dejaría paso al “Gevacolor” francés y al “Eastmancolor” norteamericano. Se trata de un producto de prestigio, con ingenioso guión del propio Mangrané y de Pérez Torreblanca, y música del reputado Ricardo Lamote de Griñón, ejecutada por la Orquesta del Liceo de Barcelona.

El ingrediente folclórico no podía estar ausente en una producción de ambientación jerezana rodada en plena efervescencia costumbrista. De este modo, las canciones que canta la inefable Paquita Rico pertenecen al acervo de Ochaíta, Valerio y el Maestro Solano, siendo precisamente este acento folclórico el que resta parte de valor al film que, por otra parte, resulta imposible entender lejos de su contexto.

A principios de los '50, España pugnaba todavía por ser reconocida más allá de sus fronteras como país de arte, reivindicando a sus genios universales desde el movimiento regeneracionista de comienzos del siglo veinte<sup>38</sup>. Por tanto, ¿qué mejor punto de partida para un film que exaltase las cualidades del vino español que el cuadro de Velázquez “Los Borrachos”? El exceso español suavizado por la manifestación artística popular y relevante. Se escenifica entonces una apología de los buenos caldos españoles, con

<sup>38</sup> Conviene recordar, a este respecto, el arranque de la acción en el Museo del Prado de otra película turística localizada en España como es “Spanish Affair” (DONALD SIEGEL, 1957).

especial dedicación a la promoción de los crudos de Jerez, a pesar de que tras los títulos de crédito los autores justifiquen su promoción desinteresada de los mismos<sup>39</sup>.

La luminosa generosidad del vino en España es ensalzada desde el comienzo, focalizándola sobre un estudio al natural de la obra de Velázquez ya mencionada. Se nos abre luego un amplio abanico de panorámicas de Jerez, sus viñas, bodegas y estampas de cosecha, informándonos de que la acción del film va a tener lugar durante la Fiesta de la Vendimia. Esta llega acompañada de gigantes y cabezudos, guirnaldas por doquier, algarabía general, multitud de visitantes, fuegos artificiales y exhibición de caballos. Se trata de la presentación documental de una fiesta que está comenzando a ser turística y, como tal, a banalizarse.

Es por esto que uno de los protagonistas, el acaudalado bodeguero Don Enrique (Miguel Pastor Mata), increpa a su hija Isabel (Paquita Rico): “Yo no sé quién está más loco en esta casa, si tu madre organizando la tómbola y este Sacromonte para divertir a los extranjeros... o yo, consintiéndolo, como si no tuviera bastante con mis problemas”. Don Enrique se encuentra amargado por un detalle nimio si no fuera porque es el propietario de las bodegas más prósperas de Jerez: está aquejado de una úlcera de estómago y no prueba el vino desde hace más de veinte años... Encerrado en su despacho, oyendo aún si querer la algarada que se cuele por las ventanas y retumba en el propio salón de su casa, exclama irónicamente con un inserto taurino al fondo: “Dicen que necesito alegría... ¡si este es el pueblo más alegre de la Tierra! ¡España es el país de la alegría!

Don Enrique se prepara para la decisiva reunión que ha de celebrar con sus socios bodegueros y un profesor norteamericano, que viene a España con una nefasta nueva que comunicarles: “Cuando una persona bebe vino, ingiere un principio tóxico. Clínicamente considerado, es un enfermo. Esta es la comunicación que pienso presentar a la Sociedad Internacional de Bioquímica. Sus conclusiones demuestran que el vino es el peor azote de la Humanidad”<sup>40</sup>. Sintiendo peligrar su negocio, los bodegueros concluyen que tendrán que comprar el secreto del profesor Byrnes, mientras el anfitrión les conduce a presenciar el ensayo de la fiesta.

---

<sup>39</sup> Se afirma que “En esta película solo se ha pretendido servir desinteresadamente al tema universal de los vinos españoles. No han sido aceptadas ideas publicitarias ni subvenciones o intereses de marcas comerciales vinícolas”.

<sup>40</sup> Conviene destacar que el profesor Richard Byrnes ha sido confundido a la entrada con uno de los invitados de la casa familiar: “Perdón, señor, ¿debo anunciarle como cosechero... o como gitano?”, pregunta el criado aludiendo a la marabunta folclórica cuyo ensayo tiene lugar esa noche.

Richard Byrnes (Ángel Jordán) es un joven doctor de la Universidad de Massachussets y representa el papel que se espera de él: un visitante estirado, con pajaritas estrafalarias y gafas de concha, únicamente preocupado por los resultados de su estudio (“Guapa muchacha, ¿verdad?”, le preguntan cuando conoce a Isabel. “Sí, sí, apta para toda clase de estudio. Es un tipo PX8”). Como detalle extravagante, el joven visitante revisará a lo largo de la noche la piel de las mujeres que conozca en busca de un pigmento que denote la adicción familiar al vino de sus padres.

Una vez solo, Don Enrique, en un ataque de rabia, arroja su copa de medicina contra el cuadro de “Los Borrachos”. Algo extraño sucede: Burguillos (el debutante Conrado San Martín) desaparece del lienzo y va a caer al Olimpo, donde mantiene una conversación con su mentor, el dios Baco. Este le espeta: “No hay manera de entenderos a los españoles: tenéis buen vino, estáis asomados al balcón y siempre queréis meteros donde no os llaman”. Defendiendo las virtudes del vino, muestra a Burguillos los castigos surrealistas (dignos de Méliès) que se infligen a los que no observan una moderación en su consumo o lo aguan, tras lo cual le acompaña a presenciar una actuación flamenca (“¿Tú qué te has creído, hijo, que aquí estamos atrasados?”). Durante la fiesta, los dioses se quedan ojipláticos ante el zapateado.

Tras convencer al dios Baco de la necesidad de ir a la Tierra para defender la causa del vino, Burguillos aparece por las calles de Jerez para remediar los males que ha observado en el pueblo, protagonizando un grato sketch cómico heredado del cine mudo. Tras su primer paseo por Jerez, el duende se aparecerá al rico bodeguero y tratará de hacerle entender la verdadera naturaleza del vino. Esgrimiendo como argumento una loa sin reservas de sus caldos, Burguillos intenta vencer la reticencia de Don Enrique con un alegato hacia la universalidad del Jerez. Tras esta apología promocional del buen beber, se da paso a un bizarro ballet, que incluye la irrupción de labriegos vendimiadores y flamencos en el Olimpo, introduciendo el sonido de las castañuelas sobre un tema clásico y sereno, dejando apreciar la notable influencia de Falla en el tema español.

Mientras tanto, el Profesor Byrnes empieza a sentir los efectos de la presunta “relajación” de costumbres andaluzas y de sus veleidosas mujeres (“Dicen que en manos de las españolas esto es un arma peligrosa”; “Un arma de defensa contra el calor”, afirma Isabel abanicándose). De este modo, comprobará que su razón puede ser vencida por el enamoramiento (“Si supiera decir lo que ustedes llaman piropos, diría

que su voz es como una música que me hace cerrar los ojos y...) y sufrirá por la coquetería de la joven. Así, el Profesor observará que “España es el país de la intención más violenta, el país de la crueldad”, es “la tierra del vino duro” y del “canto trágico”, lo que para Isabel supone que Byrnes se “toma todo muy razonable, demasiado razonable” y le da miedo “tantísima razón, tantísima inteligencia”, no dejando nada “a la ventura de Dios ni a la humildad de dar por bueno lo que no se entiende”. En cualquier caso, cuando Isabel se burla del norteamericano, lo hace con tanto presunto salero andaluz como ignorancia, al igual que el duende Burguillos (“Esta letra con sonajero, ¿es una hache?; “No se ría de mis borrones...”; “Si no me río, es que me estaba preguntando, ¿para qué le habrá puesto tantos cascabelitos, para que suene como en inglés?”).

Para rebatir su teoría sobre el vino, Don Enrique proporciona al Profesor un sujeto antisocial digno de estudio: el encargado de su bodega, un menestral tosco y violento que enardece su espíritu en la taberna y acaba descargando su furia sobre la familia. Acostumbrado a la taberna y la pésima calidad de sus caldos, se verá “bebiendo vino de marca y en un ambiente, digamos, más alegre”, arguye Don Enrique (“Usted defiende el vino de marca y el principio aristocrático. Dos cosas muy españolas”; “Yo defiende mi negocio y la verdad. ¿Sabe usted lo que es una juerga flamenca? –pregunta a Byrnes; “Solo gramaticalmente”; “Pues no se acuerde del diccionario ¡y verá lo que es bueno!”). De este modo, el Profesor Byrnes se verá envuelto en su primera noche de fiesta en España, pagando las bisoñeces de su seriedad con situaciones descacharrantes: pedirá al encargado que ingiera vino de una probeta y pensará que el cantaor está indispuerto, porque está lamentando la muerte de sus padres al más puro estilo flamenco. Finalmente, tras despojarle de sus gafas de concha, una bailaora le obliga a beber desaforadamente de su propia probeta; contemplará entonces divertido la pelea entre el encargado y el cantaor, experimentando en su propia persona los efectos nocivos del vino (incluso tomándose la tensión). La llegada de Burguillos, que le reprocha su experimento a costa de un pobre infeliz, provoca la agresividad latente del Profesor, que cae abatido de un puñetazo.

A la mañana siguiente, nuestro atolondrado visitante será objeto de escarnio por parte de Isabel que, como anfitriona, se encuentra engalanando la bodega para los visitantes: “¡Qué gente, Dios mío! ¡Ustedes no saben más que probar bombas! (...). Pero, ¿qué creía usted tener solito la exclusiva de ensayar el vino con los demás? Si aquí estamos siempre de ensayo, hombre. Con menos aparatos, pero en todas las nacionalidades y en

todos los idiomas. La mayoría son incapaces de decir como Dios manda *merluza* o *jumera*, pero lo que es pillarla, uf, con todas las variantes del diccionario. Usted no ha estudiado toda esa gramática internacional, ¿verdad?”.

Y procede a lanzarle entonces una disertación que pareciera el aria del catálogo de Mozart, mezclada con un conocimiento *avant la lettre* del fenómeno de los *clubbers*: “Vamos a empezar por los franceses, que ahora son los que vienen más. Suelen especializarse en la *chispa*, que es la *curda* más ingeniosa, la de las palabras con acento agudo. Son muy divertidos (...). El acento grave solo lo utilizan ellos. Es cuando llevan el *tablón* y les da por el *faroleo*. *Oh là là, Racine, Corneille* (pronuncia palabras en un francés ininteligible). En cambio, los parientes de ustedes (...), los ingleses, hombre. No hay que despreciar a la familia cuando se ponen pobres. Ay, los ingleses, qué grandes son. No necesitan acento. Beban o no beban siempre sacan la *tajá* (...). ¿Sabe usted lo que es la trompa? (...). Es una *curda* típicamente americana, la más sonora y de menos efecto, especialidad en parrafadas sobre la libertad. Como se dejaron ustedes la Estatua en la puerta de casa y de cara a los demás...”

El Profesor se rinde a la evidencia: está enamorado de Isabel y ha descubierto el modo de vida español, no puede mantener su teoría sobre el vino (“No sé nada de mí mismo ya. He querido mirar todas las cosas con la razón y solo he encontrado verdad en el sentimiento”; “¿Y dónde ha aprendido usted esta verdad tan buena?”; “En esta tierra y en usted”). El final feliz se completa con la declaración del otrora estomagante turista, que no puede por menos que dar la razón a Burguillos y desear vivir en España: “A lo mejor quedarán todos defraudados. Porque el vino no se compone solo de materia y de fórmulas de laboratorio, sino de posibilidades humanas, y no puede haber vino malo cuando el hombre es bueno. Esto es sencillamente lo que acaba de aprender el Profesor Byrnes con el vino de España”.

El duende Burguillos, decepcionado por su incipiente amor por Isabel, regresa al cuadro de Velázquez, no sin antes aconsejar sabiamente al Profesor, que es la única persona inocente que le ve tras serle retirada la licencia por parte de Baco: “Ya que no puedo quedarme con el amor, no vengas a fastidiarme con la química. Bébelo como está, quíerela a ella como es y no le vengas a complicar la vida a la gente”. La historia de amor del duende en la Tierra parece incompleta, sesgada quizá por el exceso de folclore que impregna la cinta, pero este cumple con su misión de hacer (re)descubrir las

virtudes del vino español al bodeguero y al Profesor<sup>41</sup>, así como dar su merecido al encargado sinvergüenza. El film concluye con una canción, al estilo rondó operístico, que viene a cerrar la fábula con la estrofa: “El agua le dijo al vino: Aquí no tengo que hacer, porque el paso me prohíben las bodegas de Jerez”.

## 2.2. *Todo es posible en Granada* (José Luis Sáenz de Heredia, 1954)

Esta anacrónica<sup>42</sup> película fue presentada en el Festival de Cannes de 1954, quizá con la esperanza de repetir el éxito internacional de “Bienvenido Mr. Marshall” un año antes<sup>43</sup>. Se encuentra basada libremente en la leyenda del modesto aguador Perejil El Gallego, recogida por Washington Irving en sus “Cuentos de la Alhambra”. Conviene destacar que el cine español ya había realizado una aproximación (bastante sintética, por cierto) a esta obra en 1950, de la mano de Florián Rey. En ella, un norteamericano culto de mediados del XIX, puntualiza su visión de España con un discurso de tópicos: “Aquí se conoce mucho a España: los toreros, los bandidos generosos, las ardientes españolas que pelean con la gran navaja que llevan en la liga...”.

Un conocimiento similar del país y cierta reticencia sobre el carácter español es lo que parece traer en su viaje a Granada Margaret Faulson, director técnico de la Panamerican Mines Association. El film se inicia con unos créditos compuestos por encantadores recortables de motivos españoles, oponiendo los tipos majos, árabes y flamencos a la figura de la norteamericana en uniforme y al “Tío Sam”. No podemos dejar de estar de acuerdo con Antonia Del Rey-Reguillo y con Kepa Sojo Gil, quienes afirman que se trata de “una de las películas más singulares de la filmografía de José Luis Sáenz de Heredia”. De este modo, y sin dejar de lado su claro parentesco con el cine clásico español de los ’40, el director nos obsequia con un corto de introducción a la trama de unos quince minutos de duración e insospechado aliento cómico, en el que se sientan las premisas de la leyenda del tesoro de Boabdil en Granada.

---

<sup>41</sup> Del que se ofrece un retrato comparable al de la estirada doctora noruega de “Congreso en Sevilla”, de Antonio Román, 1955

<sup>42</sup> El autor de títulos como “Raza” (1941), “Mariona Rebull” (1947), “Los ojos dejan huellas” (1952) o “El destino se disculpa” (1945), uno de los directores más afines al régimen franquista, ya advirtió en una entrevista que hizo esta película “porque soy una enamorado de Andalucía. Lo que generalmente se aprecia en Andalucía es la epidermis, pero a mí lo que me conmueve es la entraña, la filosofía y el modo de ser andaluz”. CASTRO, A. (1974). *El cine español en el banquillo*. Valencia: Fernando Torres.

<sup>43</sup> Se trata de una estrategia de producción que “explicaría no solo su cuidada puesta en escena y la hábil selección, tanto de reputados actores como de elementos icónicos de la cultura española, sino la misma opción por un argumento cuyo material narrativo resultaba idóneo para trufarlo con los principales estereotipos asociados a lo hispánico y arraigados tan fuertemente en el imaginario colectivo internacional que habrían instado a la cultura oficial a asumirlos con pragmática convicción” (DEL REY-REGUILLO, 2011). Según esta autora, además, la presencia de Antonio Ruiz Soler (“Antonio el bailarín”) en estas producciones también “funciona como un reclamo con el que captar no solo espectadores, sino potenciales turistas extranjeros y autóctonos”.

140 años más tarde, el descendiente de Perejil está convencido de que en su parcela de terreno (“Cantarranas”) se esconde dicho tesoro, que solamente él podrá sustraer al embrujo al que se encuentra sometido, merced a la vela que ha heredado de su padre y a la esperanza de hallar el pergamino con la invocación mágica que abrirá la gruta ante sus ojos. El inconveniente reside en que Margaret Faulson ha viajado a España en nombre de su firma, tras los acuerdos de Madrid firmados en 1953 (por los que “España recibirá ayuda económica, técnica y militar de los EE.UU”, según rezan los periódicos con los que se abre la acción), con la misión de vencer la negativa de venta de Fernando Ortega, puesto que cree que en sus terrenos hay un yacimiento de uranio por explotar.

La imagen que se ofrece de la visitante no deja lugar a dudas: su presentación consiste en una rígida entrevista (que incluye el cameo del propio Sáenz de Heredia), en la que expone fríamente sus características físicas (peso, medidas), formación y carrera, proporcionando un gran contraste cómico entre su seriedad y el eslogan de su invención para “Coca Cola” que la proyectó profesionalmente (“La felicidad cabe por una paja”).

Su personaje nos remite tanto a la “Ninotchka” de Lubitsch como al paradigma de la mujer triunfadora americana que bebe “zum de rábanos caliente y con azúcar” porque son energéticos y ayudan a aumentar la productividad de los trabajadores, empezó vendiendo periódicos como símbolo de la igualdad de oportunidades de su país y probó su espíritu indómito sirviendo como enfermera en Corea. Se intuye, por tanto, que la batalla entre Miss Faulson (Merle Oberon) y Fernando Ortega, entre EE.UU. y España, en suma, no ha hecho más que empezar.

Su discurso podría suscribirlo también el personaje de Lubitsch, pero, naturalmente ya, en clave capitalista: “La defensa de Europa, Sr. Ortega, necesita el uranio que hay en su parcela (...). Y el uranio es la defensa del hemisferio occidental. Cuando la amenaza del comunismo nubla la tranquilidad de Europa y América, ¿va a negar usted ‘Cantarranas’ al hemisferio occidental?”. El espíritu antiimperialista español previo a los acuerdos de Madrid estalla en la figura de Fernando (Francisco Rabal, aquí con limitaciones interpretativas notables): “¿Y eso (la expropiación de sus terrenos) en nombre de qué? ¿De la libertad? ¿Por qué hablan tanto de esa señora si la suprimen cuando les conviene?”.

En su búsqueda seria y razonada del motivo de la negativa del Sr. Ortega, Miss Faulson se dirige a hablar con él en la Cueva de “El Petaca”, en el Sacromonte granadino, donde Fernando ejerce como agente amateur de nuevos talentos flamencos y conoce los gustos



de los visitantes (“A guardarse, que tenemos turistas”), ofreciendo un “ritual de representación asumido por los nativos” (DEL REY-REGUILLO, 2011) para divertir a los visitantes. Mientras presencia la actuación de Antonio el bailarín (aquí, convertido en humilde limpiabotas), Miss Faulson tendrá que hacer frente a todos los tópicos del imaginario turístico de la época (gitanas típicas, mocosos hambrientos y pedigüños), así como escuchar una “historia para turistas” en boca de Paco Rabal (un desafío de honor a navajazos con un gitano “por una mala mujer”, un cadáver enterrado en la finca y la imposibilidad de remover el terreno sin delatar su pasado criminal).

Pero Margaret Faulson no es ninguna visitante incauta y, pese a que ha jurado sobre la Biblia que llevaba en el bolso, y Ortega ha asegurado que tiene “lentes de buena persona”, no cree en su versión de los hechos. Es por esto que somete sus respuestas a la máquina de la verdad, comprobando su falsedad y amenazando finalmente con la expropiación. Asistimos entonces a un sketch que recuerda a un alzamiento romántico frente a los USA: los trabajadores de la finca de Fernando se solidarizan con su causa y prometen defender la parcela con uñas y dientes, si bien no pueden evitar sentir desasosiego ante el poderío internacional de sus enemigos: “¿Usted ha pensado bien lo que significa declarar la guerra a *toa* esa gente? (...). ¿Ustedes no habéis visto el NO-DO? ¿Ustedes no os habéis *enterao* de que esa gente *estornúa* y les sale un cañón y seis tanques y a luego te los tiran por el aire con tres generales *pa ca* uno?”.

Sin embargo, la violencia no será utilizada en este caso por los embajadores de EE.UU. Estudiando al enemigo, pronto comprenderán que “un par de pantorrillas” es el método más efectivo de convencimiento y rendición. De este modo, transforman a Margaret en una mujer seductora, tras despojarla de sus gafas (“A mí las mujeres con lentes me parecen notarios”) y obligarla a leer el libro “Cómo enloquecer a un hombre”. Así pues, Margaret ofrece una tregua en su batalla particular con Fernando, con el fin de acudir al debut profesional de Antonio en el tablao “Los faroles”, donde quedará fascinada por el flamenco (“¡Me ha entusiasmado! ¿Es así todo el baile español?”<sup>44</sup>), ofreciéndonos la imagen de una impagable Merle Oberon tratando de bailar a la española.

El embrujo de la noche y los Jardines del Generalife ejercerán también su magia sobre Fernando Ortega que, al compás de la ondulante música de Ernesto Halffter, contará la verdad a Miss Faulson. Esta ofrecerá reconocerle por escrito su propiedad tras remover la tierra de su parcela (“Creo que no me ha entendido bien. Yo he hablado de

---

<sup>44</sup> Horas antes, en la Cueva de “El Petaca”, Robbie Floyd se preguntará: “¿Qué haría este muchacho (por Antonio) con un balón de rugby?”, ante su pasmosa agilidad.

encantamiento. Lo que está encantado solo puede encontrarse por encanto. ¿Sabe qué quiere decir encanto? Pues todo lo contrario que excavadora”). Ante la incredulidad de ella, Francisco Rabal prosigue: “Todos lo estamos (locos), Margaret. Yo creo en encantamientos y usted cree en el hemisferio occidental, que eso sí que es un cuento chino”. De este modo, establecerá un irritante paralelismo de ambos con Cristóbal Colón e Isabel la Católica, dando la perspectiva justa del carácter soñador del español medio de la época (“Gracias a sus locuras fueron posibles, entre otros portentos, que nacieran América... y usted. ¿Y sabe por qué fue? Porque una mujer de corazón aquí en Granada le creyó sin entenderle”). La poderosa imagen del amanecer sobre la silueta de la Alhambra obrará el milagro y ablandará el corazón de Miss Faulson, creando un punto de inflexión decisivo en la acción.

Al regresar a su hotel, Margaret tiene un sueño extraordinario en “Cinefotocolor”, que surgirá a raíz de sus recuerdos: guitarras, navajas, el limpiabotas Antonio, vino, taberna, cueva y encantamientos... Se trata de una maravillosa composición, con reminiscencias de “El sombrero de tres picos” y elementos de la leyenda de Irving: dos brujos son llevados al patíbulo en el Sacromonte, con la Alhambra de fondo, cuando son interrumpidos por el limpiabotas y una gitana (Rosita Segovia) que proceden a transformarse en personajes clásicos españoles: nobles y majos. Antonio abre la cueva del tesoro y, tras ser amonestado por Boabdil, contempla la entrada de mineros norteamericanos que atropellan todo a su paso y bailan a ritmo de “twist” con las odaliscas del harén. Antonio es sacado a hombros y aparece sobre una boca de metro en Central Park, produciéndose un inusual homenaje a los musicales americanos y, especialmente, a “Un americano en París”. El bailarín regresará a Granada en un diminuto avión de la TWA propulsado por las banderillas promocionales de la compañía de aviación, acompañado de unas gitanas sobre un toro y un grotesco “Tío Sam”, que viaja a lomos de una aspiradora. Se trata de un vistoso ballet de más de diez minutos de duración, con estilizados y abigarrados decorados que remiten a operetas como “El cantor de México” y cuyos “números musicales (...) tienen más que ver, sin pretenderlo, con el surrealismo fílmico, que con cualquier otra cosa” (SOJO GIL, 2011). Margaret tratará de desmitificar la aventura vivida ante su indolente novio norteamericano Robbie (“¿No has leído nunca *Las mil y una noches*? Pues así... pero en ‘Cantarranas’”), que no duda en burlarse de su inocencia (“No comprenden ustedes, lo que al muchacho le gusta es soñar”). Los socios de la compañía no ignoran tampoco los

engaños para turistas en España y deciden utilizar sus mismas armas (“¿Nos va a ser difícil a nosotros encontrar aquí uno de esos tipos que fabrican cada día un cuadro del siglo XVII o un bargueño del siglo XVI?”), recurriendo a un falsificador de la Alhambra que les confeccionará un pergamino falso. Se observa, por tanto, la dualidad recíproca entre el engaño turístico y el engaño imperialista. El novio norteamericano de Margaret comprenderá que la está perdiendo, tras “siete horas de contagio” soñador de Fernando Ortega, pero le pedirá amargamente que “no se deje besar aunque se abra la tierra”.

Tras el intento fallido de renovar el encantamiento y la lógica desilusión de Fernando, este se confiesa con Margaret: “Tenía necesidad de convencerme de que no todo lo que nos rodea es cemento... En otras épocas han existido prodigios que encendieron la fe y la ilusión de las gentes. La poca capacidad de ilusionarnos que nos queda a los de hoy es herencia de aquellas cosas portentosas en las que todos creemos, pero que ya no suceden. A su hemisferio occidental le hace más falta un prodigio que la bomba de hidrógeno, créame”.

Queda retratada, por tanto, una sociedad “obstinada en ignorar la innovación y el progreso de los tiempos a cambio de la creencia en hechizos y prodigios”, propiciando una imagen “que también asume determinados estereotipos generados por los europeos sobre los prósperos americanos” (DEL REY-REGUILLO, 2011). En un país en el que incluso un catedrático “lleva dos trozos de herradura” en el bolsillo (según un Pepe Isbert con acento andaluz) y la ignorancia se confunde fácilmente con la superstición, la oposición que se hace de dos caracteres y naciones tan enfrentados se salda, como no podía ser de otra manera, con un final mágico, obra y prodigio del amor, justo en el momento que Fernando comprende que la única postura lógica es la norteamericana, y se funden razón y corazón para conseguir la prosperidad entre los dos países amigos.

### 3. EL PAÍS DE LO IMPREVISIBLE, LA IMAGEN DE ANDALUCÍA EN ESTUDIO Y UN DON GIOVANNI TRASNOCHADO



Fotografías 4, 5 y 6: Posters promocionales de “Noches Andaluzas”, “La Bella de Cádiz” y “Pan, Amor y Andalucía”

#### 3.1. *Nuits Andalouses* (Ricardo Blasco, Maurice Cloche, 1953)

El film “Nuits Andalouses” es una casi desconocida coproducción hispano-francesa, que refleja la percepción que se poseía de la España imprevisible y exótica en el país galo a mediados del siglo veinte. Esto es así por cuanto que, a pesar de contar con grandes estrellas del cine español (Manolo Morán, José Isbert), el film fue concebido como una gran “fantasía española”, una reinterpretación artística del mito andaluz en la que los personajes españoles no tienen cabida más que para introducir alguno de los estereotipos más arraigados en la literatura de viajes del siglo XIX.

En la versión hispana, tras una presentación estelar de los grandes divos participantes en esta producción en lujoso “Gevacolor”, los guionistas se disculpan por el tratamiento concedido a unos personajes que “van a vivir ante ustedes una aventura extraordinaria en Andalucía... Andalucía... ¿he dicho algo? Ya sé que ustedes pensarán: ¡Españolada a la vista! No sean maliciosos. Es la Andalucía brillante vista por unos franceses: una aventura tan verídica como pudieran ser los Cuentos de Calleja”.

El guión de la película se basa en la narración de las aventuras de un flamante coche francés modelo “cadillac”, con el que los protagonistas realizan una “road movie” a través de las carreteras andaluzas. Podría tratarse de una premisa original si el argumento no recurriera inmediatamente a la presentación de una “familia de gitanos

supersticiosos... de la mejor raza, eso sí”, que vagabundean por las carreteras españolas, con su carro cargado de bártulos y churumbeles, echan las cartas, roban gallinas y, por supuesto, cantan y bailan (encabezados por Dolores Vargas “La Terremoto”<sup>45</sup>). Ellos serán los que introduzcan el elemento mágico (“¡La profecía!”), cuando vean que las aguas del riachuelo contiguo a su campamento se tiñen de rojo.

La secuencia de inicio se completa con la voladura real de una chimenea de la mina La Cruz (Linares) que se encuentra en estado ruinoso y se derrumbará tanto sobre el campamento gitano como sobre el director gerente de la explotación. Este posee un secreto colosal: ha encontrado el plano de un yacimiento de oro, aspecto que relaciona esta producción con el tesoro de “Todo es posible en Granada”. A su muerte, le será comunicada la noticia a la dueña de las acciones de la mina: una elegante joven francesa de alta cuna, pero sin recursos pecuniarios contantes y sonantes (una casi debutante Geneviève Page), que ve cómo su castillo solariego se cae a pedazos y se obliga a sí misma a casarse con un noble al que no quiere con tal de salvar su patrimonio.

De esta manera, viaja a España, seguida de su infatigable pretendiente y del criado de éste, que no desaprovechará una ocasión para la conquista de todas las mujeres que salgan a su paso (“Eres hermosa como las noches andaluzas”) y tratará de ser persuadido para que no viaje a Andalucía (“No vaya a España, amigo Gaston. Anoche soñé que le devoraba una bestia negra”. A lo que este responde: “¡Un momento! Cálmese. En España solo hay toros, y tan amaestrados que se afeitan”). Conviene señalar que los momentos “taurinos” en la película se hallan a la orden del día: el taller mecánico de Úbeda cerrado porque el dueño se ha ido a la corrida; el guarda de la Alhambra que deja escapar a Armand porque lo torea como aficionado). Nótese que la película destila ironía y suave humor de farsa francesa, acentuados por un doblaje de voces clásicas del cine español (Elsa Fábregas, la voz mítica de Escarlata O’Hara).

Tras un breve altercado en la mina (en el que el pretendiente de Dominique intentará deshacerse de Manolo Morán y sus planos), los protagonistas viajan a Granada, en cuya Alhambra se alojan. Esta ofrece un aspecto bucólico y en absoluto real, con mulas acarreado carga en los jardines del Generalife y jóvenes ataviadas con el traje regional; una Alhambra de cuento, un remanso de paz y evocación de ecos lejanos (“¿Qué me va a ocurrir en los jardines de la Alhambra? Aquí solo hay ruiseñores”), que se convertirá en el escenario de una de las mejores fantasías musicales dedicadas a España en el cine:

---

<sup>45</sup> Protagonista femenina también de “Veraneo en España” (Miguel Iglesias, 1956).

“Entre tanto, los duendes de la Alhambra fundían en la noche andaluza una danza tan maravillosa que Dominique no sabía explicarse si lo que veía era sueño o realidad” (voz en off que da paso al número de un jovencísimo y ya muy reputado Antonio, en una estilización exquisita del tópico árabe-flamenco que impresiona enormemente a nuestra protagonista francesa). Se percibe que, pese a su inconsistencia dramática, tanto la ambientación como los bailes de esta ensoñación-fantasía están más cuidados que en cualquier otra producción de carácter turístico posterior, y que el concepto de “gitanería” cañí, acuñado por Gabriel Miró en “Las cenizas del cementerio” (1910), brilla por su ausencia: personajes y situaciones son arquetípicas y dulcificadas, pasadas por el ligero tamiz de “lo francés”.

Los tópicos, sin embargo, se suceden: los españoles son holgazanes y despreocupados (el taxista encarnado por Pepe Isbert, que confía en que el coche se repare solo), apáticos y negligentes con el foráneo (“¿Dónde está la carretera de Sevilla?” “Bajas y buscas a uno que sea de aquí, le preguntas y a lo mejor... tampoco lo sabe”), de una pereza contagiosa (dejan todos los asuntos importantes para “mañana”, en pos de la diversión); todos los hombres son bandidos en potencia y a todas las andaluzas les gusta el baile, caracterizándose por una impulsividad pasional inusitada (Soledad, la joven tradicional de buena familia española, amenaza con arrojarle por una ventana si no logra obtener el amor de Armand) y por una locuacidad sin límites (“Virgencita mía, he mantenido mi promesa, pero creí que iba a morirme. Siempre es terrible para una mujer estar sin hablar durante diez días... y para una sevillana, la muerte”).

Por otra parte, los franceses tampoco se libran de sus estereotipos nacionales labrados en el imaginario español durante siglos: la estirada joven noble que se acompaña de un lechuguino insoportable en su aventura española y de un engomado sirviente de opereta, mujeriego y fanfarrón. Ninguno de los tres sabe distinguir que los animales que campan a sus anchas ante la puerta de un cortijo sevillano son toros e, incautamente, se exponen a ellos. Los excesos de su peripecia andaluza sumergen a los franceses en un estado de conmoción rayano en la exageración cómica: “Eran demasiadas emociones para un hombre como Gaston, acostumbrado a una vida apacible en Francia. Él, que en su vida no había roto un plato, en España estuvo a punto de que le rompieran varias veces el bautismo. Golpes, insultos y un principio de insolación le hicieron caer enfermo. El pobre deliraba: ‘No te fíes de los bichos negros’” (en clara alusión a los toros que han estado a punto de embestirle).

A Dominique la salvará de este lance Mario Cabré, en una colaboración especial para el cine que debe mucho a su popularidad internacional. Este último resulta ser el prometido de la joven que Armand ha conocido en la Alhambra y de la que se ha enamorado de manera fulminante. Dominique ha hecho lo propio con su héroe salvador, un ganadero venido a menos que necesita casarse también con una rica heredera. Tras mil y un malentendidos, la solución vendrá de la mano del hallazgo del yacimiento de oro, que provocará la redistribución feliz de ambas parejas. El sirviente Gaston también hallará su media naranja en la joven gitana que interpreta Dolores Vargas (Azucena), que le rescatará de una muerte segura gracias a una farsa pintoresca en la que fingen su rapto (“Soy el bandido de la Sierra”; “¿Se cree que está representando ‘Carmen’? Hace más de un siglo que no hay bandidos”; “La Sierra sin bandidos es como mocita sin flores en el pelo”). El final feliz no se hace esperar, llevando a cabo una doble boda en El Alcor.

### **3.2. *La Belle de Cadix* (Raymond Bernard, Eusebio Fernández Ardavín, 1953)**

Nos encontramos ante un film que pertenece a la serie de operetas que el compositor Francis López ofreció al lucimiento del cantante Luis Mariano<sup>46</sup>. Se trata de una producción en “Gevacolor” cuyo inicio, con número musical incluido, recuerda extrañamente a un coro zarzuelero postizo y con escaso sabor español, recreando el deambular de una caravana de gitanos, acampada junto a un supuesto pueblo blanco de Cádiz.

La sensación de una Andalucía de cartón piedra se incrementa por el hecho de haber sido rodada completamente fuera de las fronteras andaluzas (el arranque del film se rodó en la localidad madrileña de Chinchón). La opereta sitúa la acción en una Andalucía mítica que ni existe geográficamente ni ha existido jamás, poniéndola en relación con el mundo castellano y los primeros establecimientos españoles en Latinoamérica<sup>47</sup>. La mitificación romántica de la Serranía gaditana y rondeña, así como la prosperidad económica de una ciudad hispanoamericana como Cádiz, tienen mucho que ver en la composición de una imagen de España vinculada a sus tópicos más recalcitrantes en cuanto a la belleza de sus mujeres y al costumbrismo español.

---

<sup>46</sup> Entre ellas, podemos destacar las de temática “española” o evocación de la misma: “Fandango”, “El cantor de México”, “Violetas imperiales”, “El sueño de Andalucía” o “Cita en Granada”.

<sup>47</sup> Así, la letra de su canción principal repite: “Les *caballeros* sont là, si, dans la *posada*; on apprend qu’elle danse! Et pour ces jolis yeux noirs les *hidalgos* le soir viennent tanter la chance”.

Desde primera hora, la película nos ofrece un retrato estereotipado e indolente del cineasta francés que ha viajado hasta la Península Ibérica para rodar “La Belle de Cadix”. En contraposición al neorrealismo de “El deseo y el amor” (Henri Decoin, 1951), esta muestra de “cine dentro del cine” sirve para caricaturizar y desmitificar a sus estrellas y sus hábitos de rodaje. Del mismo modo se procede con el teatro, puesto que la novia de Carlos (Alexandrine Dupont) se revela como un personaje repelente con el que el espectador solo puede establecer escasa empatía, pues gran parte de su papel se sostiene en la declamación de textos clásicos que la actriz (Claire Maurier) va desgarrando con el fin de epatar al equipo y al novio de la gitanilla Maria-Luisa.

El director francés (un desternillante Jean Tissier, doblado al castellano por la voz clásica de “El Mago de Oz”, José Casín) busca con este film “retratar a la mujer enamorada en el arte español” y para ello realiza un “casting” entre las muchachas del pueblo para encontrar a su “bella de Cádiz” (un concepto tan mítico como la propia Andalucía, como veremos, que se encarga de evocar el imaginario en torno a las serranías andaluzas: bandoleros, gitanos y hermosas hembras de fuerte carácter). En un recurso hartado, la elección acabará recayendo en una joven que había acudido a proteger a su cándida hermana de las garras de la “gente del cine”. Lo cierto es que la familia gitana de la joven ve con desdén (y a la vez, con avaricia) la incursión de la muchacha en el mundo del celuloide.

Carlos Molina (Luis Mariano) es un actor español de larga trayectoria en el país vecino, pero con gran nostalgia de España y, sobre todo, de Andalucía. Este aspecto se ve reforzado por su diálogo con el grupo de figurantes gitanos del campamento, que le reprochan la inverosimilitud de la ambientación y la trama del film francés que se rueda: “¿Te gustan nuestros cantes y nuestros bailes?”; “Sí, me traen tantos recuerdos...”; “¿Recuerdos? Tú no eres de los nuestros ni ‘chanegas nuestra vía’”; “Pero soy español. De chico he vivido por aquí y me siento casi gitano”; “¿Tú? ¿Con ese vestido que te han puesto los del cine?”<sup>48</sup> (ríe). Y es que en esos momentos Carlos Molina lleva un traje extravagante más adecuado para representar “El cantor de México” en el Châtelet de París que para interpretar a un joven andaluz de pura cepa.

Pero ello no impide que Carlos exprese su nostalgia desde el tópico: “¡Es tan fácil cantar con ellos!” (por los gitanos). “Saben traducir tan bien sus sentimientos...”. El equipo francés, con el tronchante director Legrand a la cabeza, va a tener que lidiar con

---

<sup>48</sup> La presentación del personaje de Luis Mariano (el actor español Carlos Molina), resulta tragicómica en grado sumo debido a su indumentaria: un bizarro traje corto de opereta, un rocambolesco híbrido entre el tipo andaluz y el majó.



todas las dificultades de un rodaje en España (naturalmente, exageradas por el tono de farsa): sol, cerros escarpados y localizaciones espectaculares, que harán que el melifluo director del film se desespere e invoque a sus musas tumbado en una hamaca entre sudores mortales. A resaltar, asimismo, el episodio de la búsqueda de un rey gitano adecuado para la celebrar la boda que todos verán en el film, en una cueva llena de tópicos asociados al mito romántico español: “Esto es para el rodaje de mañana. Véalo: el cántaro, los pasteles, los pestiños y la vieja”; “¿Y el rey gitano?”; “Está en el bote. Creo que Adolfo nos lo hará de primera: con un par de anillos en las orejas parecerá un rey auténtico”; “Pero, ¿qué dices, Manillon? Yo trabajo siempre con la verdad, la verdad desnuda”; “¿Quiere sacar a Adolfo en paños menores?”; “¡No me sirve Adolfo! Necesito un rey gitano. El único, el que reine, ¡y que se traiga su corona!”.

Precisamente, esa falsa búsqueda de la verdad por parte del director francés será la que provoque las escenas más hilarantes: “¡Maquilladores! El señor es rey... (...). Empezad perfilándole las cejas, dadle una cierta grandiosidad a la cabellera (...). Necesito una barba... una barba real, una barba estilo Carlomagno o... Carlos V... una barba que ponga los pelos de punta al más pintado”. En cuanto al decorado de la boda, queda patente la imagen desvirtuada que poseían en el país vecino en cuanto a autenticidad española, adaptada, claro está, a la sensibilidad artística de un director de pro: “¡Mejor que lo auténtico! Estilizado, como yo lo imaginé. Está todo en orden, en su sitio: el vaso de plomo, el brasero andaluz y... ¿qué es esto?”; “Es el rey gitano, maestro”; (...) “Majestad, tenéis todo el porte de un soberano”; “Reino desde hace catorce años”; “Pues seguid reinando. Voz fea, habrá que doblarle”.

La película que rueda el equipo francés, como se comprobará, está trufada de tópicos españoles: escenas costumbristas de guitarras y patios pretendidamente andaluces, ruinas moras, fuentes rumorosas y señoras de respeto. Los gitanos, como hemos visto, también aparecen como un pueblo lleno de clichés. De este modo, la protagonista Maria-Luisa, en uno de sus numerosos rifirrafes con Carlos, afirmará, dolida porque su novio Rafael “ha perdido las buenas costumbres por culpa del cine”, pues lo han contratado como guitarrista en el film: “El que trabaja es que no sabe hacer otra cosa y los gitanos aprovechamos el tiempo”. Pero incluso plagados de estereotipos, como hemos visto, los propios gitanos se dan cuenta de la falsedad del rodaje francés y, en general, de la falsa realidad que crea la cinematografía. Carlos Moreno y Maria-Luisa (los dos protagonistas del film) mantendrán una acalorada discusión en torno a este

fenómeno, en la que el actor tratará de convencerla de las bondades cinematográficas: “(...) Entre ustedes se canta y se baila, pero no es de verdad. ¿Usted cree que yo podría cantar con un tío enfrente que me esté diciendo lo que tengo que hacer? ‘Niña, ese ojo pa’ la derecha. La cabeza pa’ la izquierda. Ese jipío como si fueran gárgaras. Esas soleares las bailas mirando al señorito. Ah, y ante todo, mucha naturalidad’. Ea, ¡que no!”. La misma letra de “La Belle de Cadix” se vuelve a revelar como un festival del tópico costumbrista desde la óptica francesa<sup>49</sup>.

Durante el rodaje de la boda gitana (que incluirá una hechicera, el indispensable cántaro que romper y, cómo no, el rey gitano ataviado para la ocasión) se producirá el incidente que hará que los dos protagonistas, que hasta ese momento se han llevado como el perro y el gato, reflexionen en torno a su relación. Creyéndose casada por un verdadero rey gitano, Maria-Luisa siente que ha echado a perder su vida casándose de veras con un hombre al que detesta, viéndose obligada por el revuelo armado en el campamento a pasar la noche de bodas con Carlos, como si fueran una pareja feliz.

La ambientación del hotel en el que les aloja el equipo francés no tiene desperdicio: una casa particular decorada a la morisca, con grabados románticos de la Alhambra, tinajas moras, mantas granadinas y arcones. Creyéndose casados los protagonistas, verán la oportunidad de demostrarse finalmente su cariño en el transcurso del rodaje del número musical final, recreado en una estilización de la Alhambra (“Adiós, Granada”), remitiéndonos nuevamente al aire de vodevil natural de esta opereta, que no podemos dejar de relacionar con “Nuits Andalouses” (a destacar la pareja cómica formada por el ayudante de dirección Manillon y la decrépita Blanche, equivalentes del Armand y “La Terremoto”, en el film de Maurice Cloche).

Mientras tanto, la antigua novia esnob de Carlos, presa de celos, se ha apasionado por Rafael y se pasea con él por los jardines árabes bajo una sombrilla, recordándonos las conquistas de pillos ingenuos por parte de Ava Gardner: “Eres el tipo de español con el que había soñado siempre”; “Ah, eso sí, a mí a español no me gana nadie”; “Ah, te pareces al Cid Campeador...”; “¿Quién, algún novio que ha dejado usted en París? (...). De chico quería ser torero”; “Ah, los toros... A ti te gusta la tragedia”; “A mí la que me va gustando es usted”. El preceptivo final feliz dejará un regusto agri dulce para una

---

<sup>49</sup> « La Belle de Cadix a des yeux de velours, la Belle de Cadix vous invite à l’amour (...). Mais malgré son sourire et son air engageant, la Belle de Cadix n’a jamais eu d’amant (...). La Belle de Cadix a des yeux langoureux, la Belle de Cadix a beaucoup d’amoureux ».

película en la que, extrañamente, no se percibe la química del tándem Luis Mariano-Carmen Sevilla que tan bien funcionó en otras producciones similares.

### **3.3. *Pane, Amore e Andalusia* (Javier Setó, 1958)**

Resulta interesante la comparación de los films anteriores con “Pane, amore e Andalusia”. Se trata de la cuarta y última entrega de la saga creada en Italia por Vittorio de Sica (“Pane, amore e fantasia”) con resultados notables y repartos de lujo (Gina Lollobrigida, Sophia Loren) y desigual adaptación a la idiosincrasia española por Javier Setó. En el caso que nos ocupa contamos con Carmen Sevilla (que ya había participado en una producción de 1957 tan interesante para el análisis de la imagen de España como es “Spanish Affair”, de Don Siegel y Luis Marquina) y Vicente Parra, como la pareja de enamorados que se cruza en el camino del entrañable personaje del comandante Antonio Carotenuto, ahora reciclado en director de banda napolitana, que ha de concurrir a un certamen internacional en la capital andaluza. Del mismo modo que en “Nuits Andalouses” se percibe la reducción andaluza de España, en “Pane, amore e Andalusia” se observa la reducción de la región a la capital, Sevilla.

Nos encontramos ante un festival del tópico, que no deja de incluir prevenciones referentes a la mujer española tales como “Todas las españolas cantan y bailan”, “Cuidado con las españolas, con esas no se bromea” (aludiendo al afán conquistador de Carotenuto). Tampoco falta la mención mítica de la región: “Estoy a punto de llevaros a Andalucía, la tierra del sol y del amor” o “Se vive solamente una vez. ¡Estamos en Sevilla!”. Se trata de tópicos convertidos en lugares comunes atribuidos a todo el solar español, ya que se podría afirmar lo mismo de otras ciudades amparadas en su imagen mítica, como Valencia. El recorrido turístico se hace más patente y se explota su cualidad de coproducción. La filmación en escenarios naturales devuelve la mirada del visitante que busca una imagen determinada del destino. La falsa Alhambra donde tiene lugar la fantasía de Antonio el bailarín de “Nuits Andalouses” se transforma aquí en un “nightclub” lleno de turistas; el ambiente de genuino embrujo de aquella se vuelca en un Barrio de Santa Cruz de cartón piedra donde los novios “pelan la pava” entre faroles y rejas a la luz de la luna, mientras Carmen Sevilla da calabazas a Vittorio de Sica.

No se escatima tampoco en la profusión de estrellas españolas de la época, incidiéndose en la participación de Pastora Imperio (como la profesora de baile de la protagonista) o el propio Antonio. Se propone una imagen turística acorde con la oficial, ofreciéndose una reducción del país en la que todos los habitantes son figurantes de un decorado

añejo o de su cartelería oficial. Este aspecto adquiere relevancia en el comienzo del film y la presentación de la ciudad de Sevilla, con un desfile de bandas de toda Europa acompañado de estampas recién sacadas de la Feria de Abril.

Los tablaos turísticos comienzan a proliferar en el Barrio de Santa Cruz, homogeneizándose y provocando que los protagonistas aprecien la dualidad entre los espectáculos para visitantes y la realidad local (“¿Comer en un ‘night’? ¿Por qué no vamos a una taberna?”). El tópico se ha vulgarizado ya como primer paso hacia su vulgarización turística de masas, que tendría lugar en la década siguiente. El mito romántico no anda muy lejos de esa imagen, sin embargo, pero tan solo provoca la hilaridad de los secundarios, carentes de la ingenuidad de la producción francesa: “Carmen... Carmen... Nombre fatal. Amor y muerte. Sangre y arena. Orgullo y pasión...”. “Lo que el viento se llevó”, puntualiza el vicedirector de la banda, en torpe burla a títulos de filmes anclados en el tópico racial español que juegan con conceptos fuerza adoptados por el turismo. El personaje de Antonio Carotenuto, sin embargo, querrá seguir creyendo a toda costa en su visión decimonónica y literaria de España: “¡Qué noche! ¡Cuánta poesía! Balcones floridos, susurros de guitarra, este aire perfumado... ¡Qué hermoso es el amor español!”.

A finales de los años ’50 del siglo veinte, el tópico español ya se adquiere en las tiendas para turistas que jalonan el Barrio de Santa Cruz y se lleva consigo a los países de origen. A este respecto, conviene señalar la actitud del vicedirector de la banda napolitana, que no duda en dejarse ver hasta en tres ocasiones cómicamente ataviado con un sombrero cordobés, un sombrero de picador y una montera. Preguntado por Carotenuto, afirma “Es un souvenir. Me gusta”, adoptando la despreocupada convicción de un turista consciente, que se sabe tal y se recrea en su situación circunstancial. El comandante tratará de seducir tanto a la joven Carmen (para la desesperación de su rico prometido, Vicente Parra) como a una exuberante viuda mexicana (y es aquí donde comienza la confusión hispanoamericana del ardor y la pasión latina, indistinguibles). No faltan tampoco en esta producción las capeas (en la que nuestro Don Juan tendrá a bien desmayarse), los cortijos y los trajes andaluces normalizados y popularizados por el turismo (como el que lleva la protagonista en la final del certamen y que hará exclamar a Carotenuto: “Carmen, es usted un sueño; no, mejor, un símbolo. La encarnación palpitante de Andalucía en flor”). Una imagen poderosa que quedará

instalada en el imaginario colectivo junto a las playas y los millones de turistas que se tostarán al sol en la década siguiente.

#### 4. CONCLUSIONES

La muestra de películas seleccionadas para su análisis cualitativo posee la singularidad de reflejar la figura del turista prefordista en la región andaluza, convirtiéndolo en un personaje central y clave desde el punto de vista de la narración cinematográfica.

Con “El duende de Jerez” y “Todo es posible en Granada”, nos encontramos ante dos representaciones únicas de la visión que los españoles poseían de los turistas extranjeros en los ‘50. En ambos casos, se trata de visitantes norteamericanos que se someten de manera vacilante a la idiosincrasia española y acaban sucumbiendo al encanto andaluz, avalado siempre por el recurso de un elemento mágico (un duende enviado por el mismísimo dios Baco, en el caso de la primera, o una de las famosas leyendas de los “Cuentos de la Alhambra” de Washington Irving, en el de la segunda). Las dos películas poseen en común, además, la inclusión de sendos y curiosos ballets en su metraje, con música original y el concurso de grandes figuras a la hora de escenificar su puesta en escena del carácter español y su promoción turística. Así mismo, en estas dos fábulas amables de la metonimia española de Andalucía queda retratada una sociedad cerrada a todo cambio externo, propiciándose una burla acerada de la obsesión por la productividad y la razón, que busca reivindicar los valores autóctonos.

En la versión de 1950 de “Cuentos de la Alhambra”, un reencarnado Irving afirma: “Granada es mi patria en Arte. Si vierais cómo tira de mí su hechizo, la nostalgia de su Alhambra (...). ¡(Estoy) enamorado de España! ¡Qué país más bello y original! Todo tiene allí alma, fragancia. Una persona áspera y fascinadora que hace fruncir el ceño a los mediocres, porque es mucha grandeza para su vulgaridad, el viril empuje de San Ignacio o la gallarda locura de Don Quijote. ¿Sabéis cómo llaman allí al ingenio, a la viveza de imaginación? Sentido común”. El personaje del escritor nos ofrece una visión regeneracionista del mito español, muy acorde con las primeras imágenes turístico-cinematográficas ofrecidas por un país que a principios de los ’50 aún se resistía a convertirse en la nación de la “eterna sonrisa turística”. Un país incapaz de alejarse de su imagen mítica, sin embargo, presentando internacionalmente fantasías andaluzas tan espectaculares e icónicas como las comedias “Nuits Andalouses”, “La Belle de Cadix” o “Pane, Amore e Andalusia”, productos de su tiempo y de una visión estereotipada a la

que no es capaz de sustraerse ni siquiera una producción actual como “La joven de las naranjas” (Eva Dahr, 2009), que asume la nueva promoción turística de Andalucía.

En ellas, la región se disfraza con un tópico de su misma imagen foránea, visión concentrada mayoritariamente en torno al triángulo Sevilla-Córdoba-Granada y una serranía mítica jalonada de pueblos blancos, mujeres hermosas y contrabandistas feroces. Se trata de un tópico exportable al turismo de masas de los años '60 y a la gran paradoja turística de films como “Bienvenido Mr Marshall” (Luis García Berlanga, 1953), “Veraneo en España” (Miguel Iglesias, 1956), “Spanish Affair” (Donald Siegel, 1957) o “Honeymoon” (Michael Powell, 1959), que sitúan el apogeo del costumbrismo andaluz muy alejado de la región, metonimizándolo con España y fomentando el espíritu de la promoción oficial del “Spain is different” y sus carteles turísticos.

Porque, como afirma Núñez Florencio, cada vez que el cine trate de imaginar Andalucía (y España, como amplificación romántica) “construirá inevitablemente el decorado de una plaza de toros, una covacha con tablao flamenco o un desfiladero con bandidos”. Por todo ello, resulta imprescindible la potenciación de la nueva imagen promocional de la región (la Andalucía de la experiencia) que rebata todos sus añejos tópicos turísticos.

## BIBLIOGRAFÍA

- DEL REY-REGUILLO, A. (2011). “Sortilegios y prodigios como antídotos de realidad. Todo es posible en Granada”, en CASTRO, J.L. y NIETO, J. (2011). *El destino se disculpa. El cine de José Luis Sáenz de Heredia*. Valencia: Ediciones de la Filmoteca.
- FERNÁNDEZ DE MIGUEL, D. (2010). “Del vulgar mercachifle al imperialista insaciable: la evolución del antiamericanismo en la España franquista”. *X Congreso de Historia Contemporánea Nuevos Horizontes del pasado: culturas políticas, identidades y formas de representación*.
- HERNÁNDEZ, J. (2008). *La imagen de Andalucía en el turismo*. Sevilla: Centro de estudios Andaluces.
- NÚÑEZ FLORENCIO, R. (2001). *Sol y sangre. La imagen de España en el mundo*. Madrid: Espasa Calpe.
- PACK, S.D. (2009). *La invasión pacífica. Los turistas y la España de Franco*. Madrid: Turner Publicaciones, S.L.
- SOJO GIL, K. (2011). “La nueva imagen de los Estados Unidos en el cine español de los cincuenta tras el Pacto de Madrid (1953)”. *Revista del Departamento de Historia del Arte y Música de la Universidad del País Vasco*, nº 1, pag. 39-54.